

Miksi ongelmallista?

Edustusjuomisesta keskustellaan aika ajoin. Lähtökohdat saattavat olla veropoliittisia tai yritysten kannattavuutta koskevia. Tässä kirjoituksessa tarkastelunäkökulma on alkoholipoliittinen.

Edustusjuominen voi muodostua ongelmaksi seuraavista syistä:

— Yksityinen kuluttaja ei maksa edustusjuomista, joten kulutus voi tällaisissa juomistilanteissa muodostua rajummaksi kuin itse kustannettuna.

— Edustusjuominen voi laajentua mitasuhteisiin, joissa saatavuutta rajoittavat alkoholipoliittiset toimenpiteet (esim. hintapolitiikka) menettävät merkityksensä.

— Edustusjuomisen aiheuttama paine on eräissä ammattiryhmissä niin suuri, että alkoholin käyttöön liittyvät riskit lisääntyvät.

— Tasa-arvoa vaarantavana voidaan pitää sitä, että mahdollisuudet edustusjuomiseen vaihtelevat melkoisesti yhteiskunnassa.

Edellä mainittujen tekijöiden merkitystä on vaikea arvioida mm. siksi, että niistä on saatavissa niukasti tietoja. On myös hankalaa sopia edustusjuomisen täsmällisestä määritelmästä. Veroteknisesti on ennen kaikkea kyse elinkeinonharjoittajien "asiakkaisiin" tai "liiketoimintaan vaikuttaviin henkilöihin" kohdistamista menoista. Alkoholipoliittisesta näkökulmasta ei julkisen sektorin edustusta ole

syytä jättää tarkastelun ulkopuolelle. Näin ollen on kyse siitä, että joku virallisen asemansa vuoksi tai yhteisön puolesta ostaa, lahjoittaa tai tarjoaa alkoholijuomia.

Veroviranomaisten tutkimus

Veroviranomaiset vaativat erityiskaa-vakkeella selvitystä liikkeenharjoittajien edustuskuluista. Selvityksessä on eriteltävä ravintolamenot, joihin alkoholimenot sisältyvät, kotiedustuskulut ja alkoholiostot käyttötarkoituksen mukaan. Tätä ja muuta verotuksessa kertynyttä aineistoa käytettiin pyrittäessä selvittämään verovuoden 1970 edustusmenoja (Verohallitus PM 15. 2. 1972).

Tämän selvityksen mukaan arvioitiin edustusmenot kaiken kaikkiaan 150 miljoonaksi markaksi — tosin edustusmenoja on kirjattu eri tileille, joten tämä arvio on pikemminkin liian pieni. Edustusmenot olivat tutkituissa yrityksissä keskimäärin 1,6 promillea liikevaihdosta. Yleensä yritysten esittämät erät oli hyväksytty verotuksessa vähennyskelpoisiksi; hylätyjen edustusmenojen osuus hyväksytyistä oli vajaa prosentti. Hylätyistä edustusmenoista yli 40 % käsitti alkoholiostoja.

Edustusmenoista yli puolet oli ravintolakuluja, tarjoilua omissa tiloissa 17 % sekä alkoholiostoja 4 % ja henkilökuntajuhlia 4 %. Ravintoloiden liikevaihdon rakenteen perusteella voidaan karkeasti

arvioida, että puolet ravintolakuluista oli alkoholimenoja. Jos tätä samaa arviointiperustetta sovelletaan omissa tiloissa tapahtuvaan tarjoiluun ja henkilökuntajuhlisiin, se tietäisi sitä, että edustusmenoista noin 45 % eli 67 miljoonaa markkaa käytettäisiin alkoholiin. Tämä on vuoden 1970 arvio ja epärealistisen alhainen, koska firmat rahoittavat alkoholikulutusta myös siten, että se ei näy edustuskuluissa. Verohallitus toteaaakin, ettei ole mahdollista arvioida, mikä osuus alkoholilla on edustustarkoituksissa. Näin ollen joudun eräiden hajatietojen ja yksittäistapausten valossa virittämään keskustelua edustusjuomisesta alkoholipoliittisesta näkökulmasta.

Alkon erityismyynti

Diplomaattikunta ja valtion ylimmät edustajat saavat ostaa Alkosta alkoholijuomia erikoishintaan. Myynnin laajuutta kuvaavat Alkon vuosikirjasta otetut luvut:

	myynti 1 000 litraa		
	väkevät juomat	viinit	olut
1935	4	10	0,1
1955	29	30 ¹	34
1975	91	50 ¹	90
1976	90	55 ¹	117

¹Long drink -juomat mukaan luettuna.

Erityismyynti on vuosien mittaan kasvanut voimakkaasti. Siihen sisältyy kuitenkin hyvin erityyppisiä eriä. Alkon myyntiasistolta saatujen tietojen mukaan erityismyynti jakautui vuonna 1976 seuraavasti:

	myynti 1 000 litraa	
	väkevät juomat ja viinit	olut
valtion ylimmät edustajat	28	5
ulkovaltojen edustustot Suomessa	107	107
Suomen edustustot ulkomailla	40	155

Tämä tilasto ei ole yhdenmukainen Alkon vuosikirjan kanssa, koska vuosikirjassa myynti ulkomailla sijaitseville Suomen edustustoilte tilastoidaan vientinä — lisäksi joitakin pienehköjä eriä on merkitty erityismyynniksi, vaikka niitä ei sitä kautta ole myyty. Kaiken kaikkiaan kansainvälistä käytäntöä noudattava myynti diplomaattikunnalle muodostaa suurimman osan myynnistä, kun taas julkista keskustelua aiheuttava ns. ministeriviinon myynti ei nouse suuriin lukemiin. Tämä myynti tosin keskittyy noin 35 henkilölle, mutta siihen sisältyy melkoinen määrä valtion erilaisia juhlatilaisuuksia: valtiovierailuja, ministeriöiden ja maaherrojen vastaanottoja ja ylimpien oikeusviranomaisten tilaisuuksia. Vaikka tämä tietääkin keskimäärin noin 800 litraa väkeviä juomia ja viiniä erityismyyntiin oikeutettua henkilöä kohden vuodessa, juojien määrä on kuitenkin olennaisesti suurempi. Joka tapauksessa tosiasia, että alkoholijuomia hinnoitellaan poikkeavalla tavalla, merkinnee sitä, että taloudellisista syistä joissakin tilaisuuksissa päädytään alkoholijuomiin muun tarjoilun sijasta.

Liikemyntien alkoholiosat

Vuodenvaihteen 1974/75 alkoholijuomien hinnankorotuksen yhteydessä havaittiin melkoista hamstrausta, ja sen tarkempi erittely osoitti, että liikemyntiset varastoivat runsaasti alkoholijuomia (Peltoniemi 1977). Liikemyntiset käyttävät ostamiaan alkoholijuomia lahjoituksina, edustustilaisuuksissa kotona tai kerhontyyppisissä tiloissa. Yhä useampi yritys on viime aikoina hankkinut edustus-, kokous- ja koulutustiloja, joissa alkoholijuomien tarjoaminen tulee taloudellisesti edullisemmaksi kuin ravintolassa. Myös nämä menot hyväksytään verotuksessa vähennyskelpoisiksi.

On vaikea arvioida, minkälaisista ostos- ja markkamääristä on kyse. Eräs keski-suuri teollisuuslaitos, jolla on myös eräiden tuontitavaroiden edustus Suomessa, käytti alkoholijuomien ostoon vuonna

1976 noin 70 000 markkaa, josta 50 000 markkaa Helsingissä. Suurin osa juomista kulutettiin edustustiloissa, joihin kuului sauna. Omien edustustilojen hankkiminen on muuttanut tilaisuuksien luonteen. Toisinaan saatetaan tyytyä hyvinkin vähäisiin alkoholimääriin, toisinaan tilaisuudet saattavat muodostua märemmiksi kuin ravintoloissa. Asiakkaat voivat helpommin pyytää saunailtaa kuin ravintolailtaa, joten omien tilojen hankkiminen saattaa lisätä edustustilaisuuksien määrää.

Tuossa esimerkkipfirmassa rahaa käytettiin alkoholiin suurin piirtein yhtä paljon omista tiloissa kuin ravintoloissa. Kaiken kaikkiaan liikevaihdosta käytettiin 2 promillea edustukseen ja noin 1 promille alkoholiin.

Edustusjuominen ravintoloissa

Kun puhutaan edustusjuomisesta, ajatellaan ensi kädessä jonkin yhteisön kustannuksella tapahtuvaa tarjoilua ravintolassa. Ravintoloitsijat arvioivat, että edustustilaisuuksien osuus anniskeluravintoloiden liikevaihdosta oli vuonna 1968 22 %. Korkeimman tason ravintoloissa (valioluokan ja A I -hintaluokan) edustuksen osuudeksi arvioitiin jopa 53 % (Partanen 1969, s. 37). Jos oletetaan, että edustusalkoholin osuus alkoholin liikevaihdosta olisi samansuuruinen, olisi ravintoloissa vuonna 1968 käytetty yli 70 miljoonaa markkaa edustusjuomiseen (Alkon vuosikirja 1968, taulukko 34). Vuonna 1976 tämä tietäisi lähes 150 miljoonaa markkaa.

Edustuksen monimuotoisuus

Esimerkkeinä edustuksesta voidaan mainita lähetystön vastaanotto, firman joulujuhla, julkiselle sanalle järjestetty tiedotustilaisuus, koulutuspäivien lopettajaiset, erilaisille retkikunnille järjestetyt tilaisuudet, myyntimatkojen yhteydessä tapahtuvat ravintolakäynnit, myyntimiehen ja edustajan arkipäivään liittyvät istujaiset ravintolassa. Nämä esimerkit eivät tietenkään kata kaikkea sitä kekse-

liäisyyttä, jota edustustilaisuuksien järjestäjät osoittavat, mutta antavat kuitenkin kuvan edustuksen monimuotoisuudesta.

Seuraavassa kiinnitän huomiota lähinnä myyntimiehen arkeen. Olen haastatellut henkilöä, joka on toiminut myyntimiehenä 30 vuotta — puolet ajasta edustajien tarjoilun kohteena ja toisen puolen tilaisuuksien järjestäjänä. Pääosa hänen toiminnastaan on keskittynyt keskisuuriin maaseutukaupunkeihin, joskin edustusmatkoja on ollut runsaasti myös eri tehtaisiin ja pääkaupunkiin. Haastattelutietojen yleistämisestä olen keskustellut eräiden tuttavieni kanssa, joilla on edustamisesta laaja kokemus, ja heidän arvionsa mukaan tässä esitettävät laskelmat ja tyyppitapaukset eivät tunnu vierailta muitakaan aloja ajatellen. Tämä saattaa tosin osittain johtua kuvausten summittaisuudesta. Eri alojen välillä saattaa olla olennaisiakin eroja.

Tavallinen tilaisuus

Kahden mieshenkilön, myyjän ja ostajan, edustamisen arkipäivää on noin 5—6 tunnin keikka, joka alkaa noin klo 18.00 tai 19.00 ja jatkuu keskiyöhön. Aluksi 1 tai 2 votkaa (tai sekoitusta). Tämän jälkeen ateria, jonka kanssa viiniä tai olutta (ruokaryypyt viinin sijasta eivät ole harvinaisia). Ruoan jälkeen kahvi ja pari konjakkia. Tämän jälkeen ehkä 3 grogia. Illanistujaisissa tulee näin juoduksi määrää, joka vastaa noin 40 cl Koskenkorvaa. Verenalkoholi osoittaa humalatilaa.

Firman ostoista vastaava henkilö saattaa keskisuuressa kaupungissa joutua tekemisiin kuuden eri tavararyhmän edustajan kanssa. Jos oletetaan, että jokaista tavararyhmää kohden on kaksi firmaa ja niistä jokainen tarjoaa ravintolaillan kolme kertaa vuodessa, siitä kertyisi ostajan osalle 36 humalailtaa. Vaikka näitä iltoja ei tulisikaan näin paljon, niin vastapainona on toki juhlavampia tilaisuuksia ja märempiä iltoja sekä lounaita. Laskelman mukaan nousisi vuosikulutus Koskenkorvaksi muunnettuna lähes 15

ilmaiseen litraan, joka on samaa suuruusluokkaa kuin Suomen keskimääräinen vuosikulutus asukasta kohden.

Kun asiaa tarkastellaan myyntiä harjoittavan kannalta, iltoja on tietenkin paljon enemmän. Voidaan olettaa, että edustaja joutuu istumaan iltaa 3—4 kertaa viikossa. Jos lasketaan, että vuoteen mahtuu 40 tuollaista työviikkoa ja että kulutus olisi keskimäärin sama kuin edellä, humalailtoja kertyisi 120—160. Vuosikulutus nousisi noin 48—64 litraan Koskenkorvaa, jolloin kyseessä on jo selvä suurkuluttaja. Luvut ovat melko suuria ja kulutus sellaista, että alkoholi saattaa aiheuttaa ongelmia.

Firman näkemys

Haastattelutietojen mukaan 50- ja 60-luvulla ei vielä rajoitettu edustusmenoja. Monissa firmoissa ei edustusta sen kummemmin budjetoitu eivätkä edustajat valittaneet rahojen riittämättömyyttä. Taloudellinen kontrolli on yleisen suuntauksen mukana tiukentunut eikä 70-luvulla enää liikutella rahoja samalla tavalla. Toisaalta myynti on saatava lisääntymään, ja tällöin turvaudutaan yhä enemmän myös alkoholiin. Kuvaavaa on, että kun myynti ei lisääntynyt, suuren firman ylin johtaja kysyi edustajilta: "Oletteko yrittäneet konjakilla?"

Samanaikaisesti kun kontrolli on tiukentunut, on siirrytty tarjoamaan laajemmille ryhmille — edustusjuominen on hieman "demokratisoitunut". Mutta kontrolli ei suinkaan koske kaikkia: ylin johtoporras ei tunne edustuksen rajoja.

Asiakasryhmien vieminen lomakohteisiin, esim. Pohjois-Suomeen, on myös tullut muotiin. Jotkut käyttävät näin tarjoutunutta tilaisuutta ulkoiluun, toiset rajuun ryyppäämiseen.

Firman johto joutuu monesti toteamaan, ettei joku sovellu edustustehtäviin. Varoituksia annetaan, ja jos ne eivät auta, asianomainen siirretään toisiin tehtäviin. Yleensä työn ja alkoholin yhdistämistä ei pidetä ongelmallisena, pikemminkin kat-

sotaan työntekijässä olevan vikaa, jos ongelmia ilmenee.

Pakkoryypäämisen pulmia

Myyjän ja ostajan riippuvuussuhde saattaa aiheuttaa hankaluuksia. Seuraavassa muutamia otteita haastatteluaineistoista:

"Johtaja P. oli hyvin arvaamaton herra. Kerran hän soitti minulle hotelliin klo 23.30 aikaan ja vaati tulemaan keskustelemaan kanssaan Teatteri-Grilliin. Sanoi lopettavansa kaikki ostot ellen tule."

"Joulukuulla paikallinen edustaja tuli pyytämään minua joku iltapäivä, kun ei ole muita kiireitä, kahville ja konjakille. En pitänyt kiirettä. Lähempänä joulua eräänä iltapäivänä tuli edustajan poika hakemaan. Sanoi: 'Isä käski kysyä sopisko nyt tulla kun hänelläkin on aikaa.' Menin, kun en kehdannut enää kieltää. Edustaja, noin kuuttakymmentä lähentelevä, oli vilkas, ystävällinen, kotoisin Sortavalasta. Kertoi eloisesti työstään, esitellen edustamia tuotteita. Tarjosi kahvia ja sen kanssa konjakkia. En ollut halukas istumaan pitkään, join kolme lasia. Sainoin, että en voi viipyä pitempään. 'Täytyy tulla toiste', sanoi edustaja hyvästellessä. Antoi pienen konjakkipullon sanoen: 'Tässä on vähän lääkettä, jos sopii. Muistattehan meitäkin kun teille puutteita tulee. Me voimme toimittaa samana päivänä, kun meillä on varastossa kaikkia edustamiamme tuotteita.' Annoin seuraavana päivänä tilauksen."

Mutta edustaja saattaa kokea juomisen ongelmalliseksi, ja hänen havaintonsa ammattikunnasta lisäävät huolia:

"Aloin aika ajoin pelätä, että alkoholi tuhoaa minut. Olin nähnyt monen kaverin niin vapisevana, ettei kuppi tahtonut kädessä pysyä aamuisin. Sitten luin jostakin alkoholin tuhoavasta vaikutuksesta aivoihin. Yritin rajoittaa juomistani muutama lasiin, mutta ei se aina onnistunut, asiakas sanoi: 'Älä pinnaa, yritätkö juottaa minut etkä itse ota.' Joskus onnistuin rajoittamaan kolmeen neljään. Sellaisena aamuna onnitteli itseään ja sai itseluottamusta."

Loppuaikoina tein usein myös sen, että vein asiakkaalle ison pullon konjakkia ja syytin kiireitä: 'Ei nyt sovi istua iltaa, tuon tämän pullon korvauksena. Mennään joskus toisella kertaa kun on paremmin aikaa.' Tällä tavoin sain monesti itselleni vapaailan, sen jälkeen kun aloin itse karttaa niitä."

"Tarkkailin itseäni sen jälkeen kun se muisti meni, yritin pitää hieman pitempää paussia aina jossain välissä ja usein onnistuin. Joskus kävi niin, että muistin ravintolasta lähdön, autoon menon ja hotelliin tulon, mutta en sitä kuinka olin mennyt nukkumaan. Vaatteetkin olin viikannut tuolinkarmille kuten tavallises-ti. Silti minua pelotti monta päivää sen jälkeen kun se muisti meni."

"Se oli pelastukseni kun en ottanut koskaan aamulla. Ymmärsin sen, että elimistön tarvitsee saada puhdistautua välillä. Ja sen huomion olen tehnyt, että sellaiset edustajat ovat poistuneet jou-kostamme, jotka ottivat aamuhuikkia käyntiin päästäkseen. Kaksi minua 10 vuotta nuorempaa on kuollut, kaksi, samoin nuorempia, siirretty toisiin tehtä-viin. Nyt juuri on pulma yhdellä kaverilla, minua 20 vuotta nuoremmalla. Ollut vajaat 10 vuotta talossa. Ei voida käyttää edustustilaisuuksissa kun päihtyy itse ennen kuin asiakkaat. On saanut jo useita varoituksia."

"Edustajia kiertää jatkuvasti ympäri Suomea kuten minä aikani. Meno on samanlaista kuin silloinkin kun itse kuljin. Sain niin tarpeekseni, etten enää edes kaipaa kentälle enkä illanistujaisiin. On-nittelen itseäni, etten sortunut eikä alko-holi pystynyt valtaamaan minua. Ehkä se alitajunnassa ollut inho, joka usein pakot-ti oksentamaan ennen nukkumaan me-noa, oli se joka säilytti minut vahvempänä kuin alkoholi.

Toverini, —36 syntynyt, tullut tehtaan palvelukseen —68, on ollut jo vuodesta —72 sellainen, ettei ole pystynyt katkai-semaan kun on alkuun päässyt. Hän on ollut kykenemätön itseään hallitsemaan saatuaan ryypyn pari. Viime vuonna hän esiintyi useita kertoja firman tilaisuuksis-

sa niin juopuneena ettei pystyssä pysy-nyt. Toiset veivät huoneeseen nukkumaan. Hän esiintyi viime syksynä ja viimeksi uudenvuoden aikana tehtaan alueella niin juopuneena, että kaverit veivät kotiin nukkumaan. Sen jälkeen hän on ollut henkilökunnan päällikön puhuttelussa ja käynyt hänen määräyk-sestään alkoholistiklinikalla. Matkustusta on toistaiseksi rajoitettu."

Alkoholipoliittista pohdintaa

Totesin alussa, että edustusjuominen saattaa muodostua alkoholipoliittisesti ongelmalliseksi. Olen joidenkin pinnallisten tietojen ja esimerkkitapausten valos-sa pyrkinyt arvioimaan, onko oikeutettua pitää edustusjuomista alkoholipoliittisena ongelmana.

Ensinnäkin ilmiö on laaja: edustusjuo-misen monimuotoisuus on aiheuttanut sen, että asiaa pohdittaessa on tarkasteltu vain jotakin osaa ongelmasta. Näin ollen ilmiö kokonaisuutena on jäänyt vaille riittävää huomiota. On aivan ilmeistä, että kyse on niin laajasta ilmiöstä, että se on uhkana alkoholipoliittisille toimenpi-teille. Jos edustusjuomiseen lisätään vielä turismialkoholi (Simpura 1977), saattaa laskelma osoittaa, että Suomessa noin 10—20 % alkoholista kulutetaan joko ilmaiseksi edustustilaisuuksissa tai saa-daan halvemmalla kuin virallinen alkoho-lipoliitiikka edellyttää. Joutuukin kysy-mään, onko riittävää keskittyä yksilöta-son reaktioihin tutkittaessa hintapäätös-ten vaikutuksia.

Edustusjuomisen tapaa ja laajuutta on kuvattu esimerkinomaisesti yksilötasolla. On aivan ilmeistä, että ilmaiseksi juomi-nen keskittyy joihinkin ammatteihin ja joihinkin ihmisryhmiin. Tämä tuo muka-naan ongelmia, jotka helposti kielletään, koska on kyse myös yhteiskunnan hui-puista. Tämä havainto liittyy niihin, joita on tehty ylikuolleisuudesta alkoholiam-mateissa. On myös ilmeistä, että monet edustajat kokevat juomisen pakoksi.

Tuntuisi siltä, että parlamentaarisen alkoholikomitean tulisi pureutua tähän

ongelmakenttään. Ei ole mitään helppoa ratkaisua, mutta joitakin kokemuksia voisi toki saada Ruotsista, jossa verotusjärjestelmä suhtautuu edustusjuomiseen toisin ja tiukemmin kuin meillä ja jossa on luovuttu valtion ylimpien elinten erikois-oikeuksista.

Kirjallisuus

Partanen, Juha: Ravintolatutkimus 1968. Ravintoloiden toimintaa ja asiakkaita

koskevan tiedustelun tulokset. Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimusse-
lostte no 41, 1969

Peltoniemi, Teuvo: Alkoholijuomien hamstraus Helsingissä ennen vuoden 1975 alun hinnankorotuksia. Alkoholipoliittikka 42 (3): 140—142, 1977

Simpura, Jussi: Tilastoimaton alkoholin kulutus uuden alkoholilain aikana. Alkoholipoliittikka 42 (3): 107—117, 1977

Verohallitus PM 15. 2. 1972.

English summary

Kettil Bruun: Alkoholin käyttö edustustarkoituksiin (Use of alcoholic beverages for purposes of representation)

This type of use may be problematic because:

a) the individual consumer does not pay himself and therefore the intake of alcohol might exceed those situations where the consumer pays himself

b) measures aimed at controlling availability (for instance price regulations) may be ineffective due to the extensiveness of representation

c) the pressure to drink in certain occupations may be such that the probability of damages due to alcohol consumption increases

d) legalitarian values are endangered because the possibility of consumption for purposes of representation varies considerably within society.

Scattered data from taxation officials, from special sales of alcoholic beverages by Alko, from interviews with representatives of firms and with an individual subjected to representation and arranging representation are given. These data show that the amount of consumption is considerable and that representation in restaurants is supplemented by representation on the premises of firms. Individual representatives may perceive of their role as problematic indeed, because of inability to resist the pressure to drink. It is argued that the problem is large enough to be considered by the parliamentary alcohol policy committee, and it is further recommended that data from Sweden may be relevant in discussion of worthwhile control measures which could be introduced.

Alkoholipoliittikka Vol. 42: 235—240, 1977